

Zarządzanie małym przedsiębiorstwem usługowym na przykładzie przedsiębiorstwa Prestiż S.C. - analiza, ocena, koncepcje rozwoju

Wstęp..... 4

Rozdział I

Zarządzanie małym przedsiębiorstwem na lokalnym rynku

1.1. Istota i specyfika sektora MSP6

1.2. Zarządzanie małą firmą10

1.2.1. Znaczenie strategii dla rozwoju przedsiębiorstwa10

1.2.2. Strategia, a planowanie bieżące12

1.2.3. Budowanie strategii przedsiębiorstwa..... 14

1.3. Specyfika rynku usług17

Rozdział II

Zarządzanie nieruchomościami

2.1. Istota nieruchomości i rynku nieruchomości..... 21

2.2.1. Istota pojęcia nieruchomości..... 21

2.1.2. Istota rynku nieruchomości24

2.2. Zarządzanie nieruchomościami- charakterystyka usługi.....
26

2.2.1. Ustawowe uregulowania zarządzania nieruchomościami.....
26

2.2.2. Odbiorcy usług30

2.3. Analiza możliwości rozwoju i perspektyw dla rynku..... 33

2.3.1. Budownictwo mieszkaniowe w Gdańsku33

2.3.2. Podmioty funkcjonujące na lokalnym rynku..... 35

Rozdział III

Przedsiębiorstwo Prestiż i jego pozycja na lokalnym rynku

3.1. Prezentacja przedsiębiorstwa	38
3.1.1. Prestiż S.C. jako podmiot rynku	38
3.1.2. Historia firmy	40
3.1.3. Strategia działania	43
3.1.4. Cele przedsiębiorstwa	47
3.2. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa Prestiż S.C.	48
3.2.1. Analiza świadczonych usług	48
3.2.2. Działalność marketingowa przedsiębiorstwa i stosowane narzędzia.....	50
3.3. Klienci firmy	53

Rozdział IV

Ocena funkcjonowania firmy i koncepcje rozwoju przedsiębiorstwa

4.1. Ocena obecnej działalności	55
4.1.1. Kapitał firmy i źródła przychodów.....	55
4.1.2. Analiza SWOT.....	59
4.2. Przewagi i bariery konkurencyjne.....	64
4.2.1. Przewagi nad konkurencją.....	64
4.2.2. Bariery rozwojowe	65
4.3. Ocena przedsiębiorstwa przez klientów.....	67
4.4. Koncepcje rozwoju firmy	68

Zakończenie	70
-------------------	----

Bibliografia	72
--------------------	----

Spis tabel, rysunków, wykresów	75
--------------------------------------	----